

PERANCANGAN VISUAL BRANDING KAWASAN AGROWISATA CONDET



TUGAS AKHIR PENCIPTAAN KARYA DESAIN

Diajukanoleh:

Zulkarnain Ghazali

NIM: 0911832024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**

PERANCANGAN VISUAL BRANDING KAWASAN AGROWISATA CONDET



PENCIPTAAN KARYA DESAIN

Diajukan oleh:

Zulkarnain Ghazali

NIM: 0911832024

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam bidang Desain Komunikasi Visual
2015**

Tugas Akhir Penciptaan Karya Desain berjudul :
**PERANCANGAN VISUAL BRANDING KAWASAN AGROWISATA
CONDET, diajukan oleh Zulkarnain Ghazali NIM 0911832024** Program Studi
Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta telah
dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 9 November
2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
NIP 19650522 199203 1 003

Pembimbing II/Anggota

P. Gogor Bangsa, M.Sn
NIP 19700106 200801 1 017
Cognate/Anggota

Hesti Rahayu S.Sn., MA
NIP 19740730 199802 2 001
Ketua Program Studi

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
NIP 19650522 199203 1 003

Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des
NIP 19590802 198803 2 002



*“...maka, apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan),
tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain),
dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”
(QS: Al Insyirah ayat 7-8)*



“Teruntuk Emak tercinta,
serta Baba yang *insha Allah* di surga...”

KATA PENGANTAR

Perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condut ini merupakan perwujudan ilmu desain yang dituangkan dalam karya Tugas Akhir sebagai salah satu syarat guna mengakhiri studi pada jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dibuatnya perancangan ini didasari atas kepedulian dan keresahan yang terjadi terhadap daerah Condut yang semakin hari semakin mengalami krisis identitas. Condut sekarang ini lebih dikenal oleh masyarakat sebagai daerah tempat usaha orang Arab yang menjual minyak wangi dan membuka usaha agen TKI. Pembangunan rumah usaha maupun perumahan pun semakin gencar. Namun, dibalik padatnya bangunan-bangunan yang menghimpit serta maraknya penjual minyak wangi dan agen TKI, Condut sesungguhnya masih memiliki aset berharga dan potensi beragam penting yang sangat layak untuk dikembangkan menjadi kawasan agrowisata. Keunikan dari potensi-potensi yang ada menjadikan Condut memiliki *positioning* yang kuat dan meyakinkan apabila dijadikan kawasan agrowisata.

Melalui perancangan *visual branding* ini diharapkan mampu menciptakan citra dan *brand image* yang baik terhadap Condut sehingga identitas Condut menjadi semakin baik ke depannya serta aset-aset berharga yang ada dapat dilestarikan bersama-sama. Diharapkan juga perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condut ini dapat memberikan manfaat yang baik dan berguna bagi kemajuan program desain komunikasi visual, kaum akademik, masyarakat, maupun lembaga-lembaga terkait.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah. Puji syukur kehadiran Allah S.W.T, sang pemilik daya atas segala upaya umat-Nya, atas segala nikmat, rahmat dan hidayah-Nya akhirnya Tugas Akhir karya desain ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. M. Agus Burhan M.Hum. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Ibu Dr. Suastiwi M.Des. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar selalu membimbing dengan memberi arahan dan masukan yang sangat bermanfaat guna terselesaikannya karya Tugas Akhir ini dengan baik.
4. Bapak P. Gogor Bangsa M.Sn. selaku Sekretaris Ujian Tugas Akhir sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II, yang selalu membimbing dengan penuh arahan dan masukan terbaik guna terselesaikannya karya Tugas Akhir ini dengan baik.
5. Bapak Drs. Hartono Karnadi M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Ibu Hesti Rahayu S.Sn., M.A. selaku *cognate* Ujian Tugas Akhir.
7. Bapak Drs. M. Umar Hadi M.S. selaku dosen wali.
8. Seluruh staff pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual dan seluruh karyawan Akmawa Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang membantu dan memperlancar studi penulis.
9. Emak tercinta, atas do'a dan kasih sayang yang tak pernah putus, Abang-abang dan Empok-empok di rumah yang tak pernah lelah membantu dan menyemangati kuliah adik bontotnya. Terima kasih keluarga besar (alm) H. Emus Alamsyach.

10. Meda “Melor” Agustinna, kekasih hati yang selalu memberi dukungan, do’a, bantuan, omelan, dan ilmu yang bermanfaat. Terima kasih sudah mau menjadi alarmku di setiap pagi.
11. Boss Teguh dan Boss Gunawan yang sudah mau menemani survey ke Condet.
12. Angga “Tuxo” Wicaksana, Muhammad “Gembul” Setiawan, yang sudah mau jadi teman *sharing* dan memberikan bantuan yang sangat bermanfaat.
13. Uzak Hananta, yang sudah mau direpotkan muter-muter Sleman. Egavespa dan Adipagi yang juga mau direpotkan ke Godean. Nuwun banget guys!
14. Boss Eddie_Serries, yang selalu mau direpotkan selama proses perancangan Tugas Akhir ini, makasih banget bosskuh!
15. Rendy Aditya atas pinjaman pigura dan manekinnya. Thanks banget nyo!
16. Beni Proklamasi atas pinjaman kemeja putihnya yang kece badai~
17. A’a Azi, Agan Agung BDSL, Uda Ukik, Dandy, Panggih, Pak Roni dan Bu Icak, Om Yongki, Zaenal, Rifqi Ncex, Bagus Byson, Bram, dan semua kawan-kawan DKV angkatan 2009 serta segenap tim display pameran TA yang terlalu banyak untuk disebutkan satu per satu. Terimakasih banyak atas bantuan, dukungan, motivasi, pengalaman, dan kebersamaannya sampai sekarang.
18. Terima kasih juga kepada Pak Prayanto, yang pernah melepas saya sebagai mahasiswa bimbingan Tugas Akhir.
19. Terima kasih juga kepada bapak-bapak misterius yang merampas tas saya yang berisi data Tugas Akhir di atas kereta dalam perjalanan menuju Jogja.
20. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 9 November 2015

Zulkarnain Ghazali

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

PERANCANGAN VISUAL BRANDING KAWASAN AGROWISATA CONDET

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian dari sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 9 November 2015

Zulkarnain Ghazali

NIM 0911832024

ABSTRAK

Perancangan Visual Branding Kawasan Agrowisata Condet 2015

Oleh: Zulkarnain Ghazali

NIM: 0911832024

Kerusakan lingkungan baik yang disengaja maupun tidak disengaja kerap terjadi dan cenderung mengalami peningkatan. Jakarta sebagai jantung ibukota negara yang terus mengalami perubahan signifikan dan pembangunan pada berbagai aspek memiliki daerah-daerah dengan aset dan potensi berharga berupa kekayaan alam yang layak untuk ditingkatkan dan dilestarikan. Salah satu daerah di Jakarta yang perlu lebih diperhatikan aset dan potensinya adalah Condet. Dari dasar tersebut maka dilakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengangkat *positioning* sebuah daerah dalam perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condet, Kramat Jati, Jakarta Timur, Indonesia.

Condet merupakan daerah sejuk juga nyaman, di dalamnya terdapat potensi-potensi seperti keanekaragaman flora, seni budaya dan ekowisata yang sangat layak untuk dikembangkan dan menjadikan Condet sebagai kawasan agrowisata. Hal tersebut menjadi salah satu alasan untuk menyampaikan pesan yang disajikan dengan nuansa segar dan natural. Konsep natural menjadi pendekatan utama dalam menyampaikan pesan yang nantinya diintegrasikan ke media komunikasi visual.

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa pada perancangan *visual branding* ini digunakan pendekatan keadaan geografis dan potensi-potensi Condet yang merupakan aset berharga daerah. Dengan pendekatan tersebut diharapkan *visual branding* Condet dapat memiliki daya tarik tinggi dan identitas Condet menjadi lebih baik di masa mendatang.

Kata kunci: *Visual Branding*, Agrowisata, Condet

ABSTRACT

Zulkarnain Ghazali

Designing Visual Branding for Condet Agrotourism Area 2015

Environmental damage either intentionally or unintentionally frequently occur and tend to increase. Jakarta as the heart of the capital of the state which continues to experience significant changes and development on various aspects having areas with valuable assets and potential in the form of natural wealth that deserve to be improved and preserved. One of the areas in Jakarta that need more attention of assets and its potential is Condet. From these basic conducted a research that aims to elevate the positioning of a region in the designing of visual branding Condet agro-tourism area, Kramat Jati, East Jakarta, Indonesia.

Condet is an area that comfortably cool shades, in which there is the potential of such a diversity of flora, cultural arts and ecotourism are very worthy to be improved and made Condet as an agro-tourism area. It became one of the reasons to convey messages that are presented with fresh and natural feel. The concept of natural become the main approach in conveying the message that will be integrated into visual communication media.

The conclusion can be retrieved that the visual branding design is using an approach geographical circumstances and potentials of Condet which is a valuable asset area. With this approach is expected to visual branding Condet can have a high appeal and the identity of Condet becomes better in the foreseeable future.

Keywords: Visual Branding, Agrotourism, Condet

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Batasan Masalah	5
E. Manfaat Perancangan	5
F. Metode Perancangan	5
G. Skematika Perancangan.....	8

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	9
A. Landasan Teori	9
1. Identitas Visual.....	9
1) Nama.....	10
2) Logo.....	12
3) <i>Tagline</i>	13
4) Warna.....	14
5) Tipografi	16
6) Elemen gambar	17
2. <i>Brand</i> dan Cakupannya	17
a. Pengertian <i>Brand</i>	17
b. Strategi <i>Brand</i>	19
c. <i>Brand Positioning</i>	20
d. <i>Brand Equity</i>	22
e. <i>Brand Awareness</i>	23
f. <i>Brand Loyalty</i>	25
3. <i>Visual Branding</i>	27
a. Pengertian <i>Visual Branding</i>	27
b. Elemen <i>visual branding</i>	28
c. Strategi <i>Visual Branding</i>	29
4. Kawasan Agrowisata.....	31
a. Pengertian Kawasan Agrowisata.....	31
b. Kriteria Kawasan Agrowisata	32
c. Prasyarat Kawasan Agrowisata	33
d. Tujuan Pengembangan Kawasan Agrowisata	34
5. <i>Branding Tempat</i>	35
B. Identifikasi Data	36
1. Condet	36

a. Gambaran Umum Condet.....	36
b. Sejarah Condet	37
c. Iklim dan Kondisi Geografis Condet.....	40
d. Penduduk Condet	41
e. Potensi Condet.....	42
2. Komunitas Ciliwung Condet.....	44
a. Tentang Komunitas Ciliwung Condet	44
b. Visi dan Misi	45
c. Keanekaragaman Flora.....	46
d. Wahana <i>Outbond</i>	49
C. Analisis Data	50
1. Analisis SWOT Condet.....	50
2. Analisis SWOT Komunitas Ciliwung Condet.....	52
3. Kesimpulan.....	53
D. USP (<i>Unique Selling Proposition</i>).....	54
E. Segmentasi	55
F. Solusi.....	56
BAB III KONSEP PERANCANGAN	57
A. Konsep Komunikasi	57
1. Tujuan Komunikasi	57
2. Strategi Komunikasi	57
B. Konsep Kreatif	58
a. Tujuan Kreatif.....	58
b. Strategi Kreatif	59
c. Program Kreatif	62
C. Konsep Media	
1. Tujuan Media	72

2. Strategi Media	74
3. Program Media.....	74
D. Perencanaan Jadwal dan Biaya.....	76
1. Jadwal Media.....	76
2. Biaya Media	77
3. Biaya Kreatif	78

BAB IV VISUALISASI.....79

A. Desain Logo <i>Visual Branding</i>	79
1. Data Visual.....	79
2. Sketsa Penjaringan Ide <i>Logogram</i>	80
3. Studi Visual Logogram	81
4. Sketsa Penjaringan Ide <i>Logotype</i>	81
5. Studi Visual <i>Logotype</i>	82
6. Alternatif Logo.....	83
7. Evaluasi Logo.....	83
8. Final Desain Logo	85
9. <i>Grid System</i>	87
10. Studi Warna Logo.	87
11. Skala Logo	88
B. Master Ilustrasi <i>Visual Branding</i>	89
1. Sketsa Master Ilustrasi	89
2. Digitalisasi Master Ilustrasi.....	90
3. Sketsa <i>Layout</i> Alternatif.....	91
4. Digitalisasi <i>Layout</i> Alternatif Master Ilustrasi	92
C. Media Utama dan Media Pendukung	93
1. <i>Billboard</i>	93
2. <i>Transit Ad</i>	94

a. Bandara	94
b. Halte Bus	95
c. Transjakarta Ad	96
3. Iklan Media Cetak	96
a. Koran	96
b. Majalah	97
4. Media Luar Ruang Lainnya	97
a. Umbul-umbul	97
b. Banner	98
c. Flying Chain / Flying Banner	98
5. Media Sosial	99
a. Website	99
b. Facebook	103
c. Twitter	103
6. Merchandise	104
a. T-shirt	104
b. Totebag	104
c. Stiker	105
d. Pin	105
e. Stationery kit	105
f. Brosur	106
g. Katalog pameran	107
h. Poster pameran	108
BAB V PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo Adidas	11
Gambar 2 : Contoh logo	13
Gambar 3 : Contoh <i>tagline</i> LG	14
Gambar 4 : Contoh warna	15
Gambar 5 : Contoh tipografi font Mabella.....	16
Gambar 6 : Contoh elemen gambar	17
Gambar 7 : Logo A Mild.....	28
Gambar 8 : Iklan A Mild dengan slogan “GO AHEAD”	29
Gambar 9 : Kawasan agrowisata salak pondoh Turi, Sleman.....	32
Gambar 10 : Contoh logo branding tempat.....	36
Gambar 11 : Gambaran umum Condet	37
Gambar 12 : Peta wilayah Condet.....	41
Gambar 13 : Pintu masuk Komunitas Ciliwung Condet.....	45
Gambar 14 : Pohon salak dan bibit salak Condet	46
Gambar 15 : Pohon duku dan buah duku Condet	47
Gambar 16 : Pohon pucung / kluwak.....	48
Gambar 17 : Pohon kecap dan rambutan	48

Gambar 18 : Pohon jengkol	49
Gambar 29 : Wahana <i>outbond</i>	50
Gambar 20 : Contoh gaya <i>flat design</i>	65
Gambar 21 : Beberapa potensi Condet.....	66
Gambar 22 : Studi warna korporat	67
Gambar 23 : Studi huruf perancangan <i>headline</i> dan <i>bodycopy</i>	68
Gambar 24 : Studi huruf perancangan <i>subheadline</i>	69
Gambar 25 : Data visual perancangan logo	79
Gambar 26 : Sketsa penjaringan ide <i>logogram</i> Condet	80
Gambar 27 : Studi visual <i>logogram</i> Condet.....	81
Gambar 28 : Sketsa penjaringan ide <i>logotype</i> Condet	81
Gambar 29 : Studi visual <i>logotype</i> Condet	82
Gambar 30 : Alternatif logo Condet.....	83
Gambar 31 : Skor penilaian logo Condet.....	84
Gambar 32 : Evaluasi logo Condet	85
Gambar 33 : Final desain logo Condet.....	85
Gambar 34 : <i>Grid system</i> logo Condet.....	87
Gambar 35 : Studi warna logo Condet.....	87
Gambar 36 : Skala logo Condet	88

Gambar 37 : Sketsa master ilustrasi	89
Gambar 38 : Digitaisasi master ilustrasi	90
Gambar 39 : Sketsa <i>layout</i> alternatif	91
Gambar 40 : Digitalisasi <i>layout</i> alternatif master ilustrasi	92
Gambar 41 : <i>Preview billboard landscape</i>	93
Gambar 42 : <i>Preview billboard portrait</i>	93
Gambar 43 : <i>Preview billboard bandara</i>	94
Gambar 44 : <i>Preview flying banner bandara</i>	94
Gambar 45 : <i>Preview poster halte shelter bus transjakarta</i>	95
Gambar 46 : <i>Preview poster halte bus umum</i>	95
Gambar 47 : Desain transjakarta <i>ad</i>	96
Gambar 48 : <i>Preview iklan koran</i>	96
Gambar 49 : <i>Preview iklan majalah</i>	97
Gambar 50 : Desain umbul-umbul	97
Gambar 51 : Desain <i>banner</i>	98
Gambar 52 : Desain <i>flying chain</i>	98
Gambar 53 : Desain halaman <i>home website</i>	99
Gambar 54 : Desain halaman <i>about website</i>	99
Gambar 55 : Desain halaman <i>news website</i>	100

Gambar 56 : Desain halaman <i>events website</i>	100
Gambar 57 : Desain halaman <i>explore website</i>	100
Gambar 58 : Desain halaman <i>gallery website</i>	101
Gambar 59 : Desain halaman <i>contact website</i>	101
Gambar 60 : <i>Preview website</i>	102
Gambar 61 : <i>Preview fanpage facebook</i>	103
Gambar 62 : <i>Preview profile twitter</i>	103
Gambar 63 : Desain <i>t-shirt</i>	104
Gambar 64 : Desain <i>totebag</i>	104
Gambar 65 : Desain <i>cutting stiker</i>	105
Gambar 66 : Desain <i>pin</i>	105
Gambar 67 : Desain <i>stationery kit</i>	105
Gambar 68 : Desain brosur luar	106
Gambar 69 : Desain brosur dalam	106
Gambar 70 : Desain katalog bagian luar	107
Gambar 71 : Desain katalog bagian dalam	107
Gambar 72 : Desain poster pameran	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tabel perbedaan produk dengan <i>brand</i>	18
Tabel 2 : Jadwal Media	76
Tabel 3 : Biaya Media	77
Tabel 4 : Biaya Kreatif.....	78



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah dan dikenal sebagai salah satu pusat keanekaragaman hayati terpenting dunia. Kekayaan alam dan hayati yang luar biasa banyaknya di Indonesia merupakan aset berharga dan patut untuk dilestarikan. Akan tetapi, pesatnya laju pembangunan dan arus modernisasi di era globalisasi sekarang ini mempengaruhi kelangsungan hidup kekayaan alam yang ada. Kerusakan lingkungan baik yang disengaja maupun tidak disengaja kerap terjadi dan cenderung mengalami peningkatan. Hal tersebut tentunya harus direspon dengan tepat oleh pemerintah terutama pemerintah daerah untuk berperan lebih serius dalam melestarikan daerahnya dengan melibatkan seluruh lapisan masyarakat. Adapun cara yang dilakukan yakni dengan memperbaiki strategi promosi juga prasarana dan infrastruktur suatu daerah dengan perencanaan yang terintegrasi agar potensi yang ada menjadi lebih menarik dan unggul sehingga dapat menjaga eksistensi dan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD).

Jakarta sebagai Daerah Khusus Ibukota yang terus mengalami perubahan signifikan dan pembangunan pada berbagai aspek memiliki daerah-daerah dengan potensi yang menonjol untuk ditingkatkan dan dilestarikan. Salah satu daerah di Jakarta yang perlu lebih diperhatikan potensinya adalah Condet. Condet adalah sebuah daerah yang terletak di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur, DKI Jakarta. Nama Condet berasal dari nama sebuah anak sungai Ciliwung, yaitu Ci Ondet. Ondet atau ondeh, adalah nama pohon sejenis pohon buni, buahnya bisa dimakan, yang nama ilmiahnya *Antidesma diandrum* Sprng, termasuk famili *Antidesmaeae* (Fillet, 1888:128 dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Condet> akses 18 September 2014 pukul 00.15)

Daerah yang juga dikenal sebagai penghasil buah duku dan salak ini sempat dijadikan cagar buah-buahan dan budaya oleh mantan gubernur DKI Jakarta, Ali Sadikin. Berdasarkan SK Gubernur No. D.IV-1511/e/3/1974 tanggal 30 April 1974, kawasan ini ditetapkan sebagai wilayah cagar buah-buahan dan budaya Condet. Disusul SK Gubernur No. D.I-7903/a/30/75 tanggal 18 Desember 1975, Gubernur kembali menetapkan Condet sebagai daerah buah-buahan. Wilayah cagar ini mencakup tiga kelurahan di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Yakni Kelurahan Batu Ampar, Bale Kambang, dan Kampung Dukuh. SK yang dikeluarkan oleh Gubernur Ali Sadikin itu menetapkan pembangunan Condet seluas 18.000 ha harus dibatasi. Misalnya, dengan menetapkan aturan koefisien dasar bangunan (KDB) hanya 20 persen dari luas tanah. Artinya, lahan yang terbangun maksimal hanya 20 persen (<http://condet-betawi.blogspot.com/2009/04/sejarah-asal-mula-condet.html> akses 18 September 2014 pukul 00.25). Namun, sekarang peraturan itu tidak bisa diterapkan lagi di Condet khususnya di wilayah Batu Ampar, sebab pemukiman berkembang pesat dengan pertumbuhan penduduk tinggi karena derasnya arus pendatang dan desakan pembangunan sedangkan SK Gubernur yang ada sampai saat ini belum jelas kelanjutannya. Penduduk asli Betawi-Condet yang tadinya mendiami wilayah ini pun semakin tergeser keberadaannya karena mereka lebih memilih tinggal di luar daerah Condet seperti di Bekasi, Depok maupun Bogor. Tidak heran jika sekarang ini masyarakat memandang sebelah mata daerah Condet yang sebenarnya sangat kaya akan nilai sejarah.

Sebagai kawasan yang mungkin hampir hilang eksistensinya dan mulai mengalami alih fungsi, Condet masih memiliki aset menarik untuk ditingkatkan potensinya yaitu berupa buah salak dan dukuh khas Condet dan berbagai macam tumbuhan lainnya. Kawasan Condet memiliki keunggulan flora yang sangat berpeluang untuk dibudidayakan. Menyikapi hal itu, pelestarian dan konservasi lingkungan dirasa sangat diperlukan agar potensi Condet tetap terjaga dan dapat bermanfaat di masa

mendatang. Akan tetapi, peran pemerintah sekarang ini dirasa kurang serius dalam menjaga dan memperhatikan Condet sebagai salah satu aset berharga kota Jakarta. Melandaskan argumen pada Pardi, seorang anggota DPD (<http://health.kompas.com/read/Salak.dan.Dukuh.Hilang.dari.Condet> akses 17 September 2014 pukul 19.15), mengungkapkan bahwa kondisi Condet sangat memprihatinkan, kurangnya pemberdayaan pemerintah Jakarta dalam menangani persoalan budaya betawi dan potensi yang ada dapat berpengaruh atas hilangnya aset berharga daerah

Dari data di atas, mengingat keunggulan Condet yang tersisa sekarang terdapat pada sektor flora, dirasa tepat kiranya jika Condet dijadikan kawasan agrowisata. Agrowisata dapat dikelompokkan ke dalam wisata ekologi (eco-tourism), yaitu kegiatan perjalanan wisata dengan tidak merusak atau mencemari alam dengan tujuan untuk mengagumi dan menikmati keindahan alam, hewan atau tumbuhan liar yang ada di lingkungan alamnya serta dapat digunakan sebagai sarana pendidikan (<https://tourismbali.wordpress.com/2013/03/10/definisi-agrowisata-dari-berbagai-perspektif-2/> akses 18 September 2014 pukul 20.15). Oleh karena itu, dengan adanya potensi yang cukup unggul dan menarik tersebut, perlu adanya sebuah sikap positif dengan cara *membranding* Condet menjadi kawasan agrowisata agar keberadaannya semakin kuat dan diakui sehingga aset berharga Condet dapat terselamatkan dan dapat memberikan manfaat di masa mendatang. Di samping upaya melestarikan, pemerintah daerah setempat juga dapat meningkatkan pemasukan PAD Condet.

Pada dasarnya, memasarkan daerah berarti merancang suatu daerah agar memiliki nilai jual yang tinggi dan mampu memenuhi dan memuaskan persepsi dan ekspektasi target pasar. Menurut Catherine Kaputa (2010 : 3) banyak orang mengartikan *branding* adalah cara untuk meraih kesuksesan dari potensi yang ada. Selain itu juga ia menjelaskan bahwa *branding* adalah tentang bagaimana menemukan sebuah ide besar untuk merancang sebuah *Unique Selling Product* (USP). Maka dengan adanya *branding*, aset atau potensi yang telah ada dapat digunakan untuk

meningkatkan identitas dan mengomunikasikan USP yang dimiliki oleh sebuah produk. Kaitannya dengan hal ini adalah daerah Condet sebagai objek *branding* yang memerlukan rancangan *visual branding*.

Perancangan *visual branding* yang efektif dan komunikatif diharapkan dapat membantu Condet untuk lebih meningkatkan eksistensi dan menunjukan identitasnya sebagai kawasan agrowisata yang khas, menarik dan bermanfaat. Oleh karena itu, dengan adanya perancangan *visual branding* diharapkan dapat menunjukan identitas Condet yang sesuai dengan nilai-nilai dan potensi yang ada di dalamnya saat ini sekaligus usaha untuk membangun identitas dengan mengomunikasikan USP yang ada sebagai pembeda yang ditawarkan sehingga dapat berjalan sesuai tujuan yang diharapkan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalahnya adalah:

Bagaimana merancang *visual branding* Condet yang efektif dan komunikatif sehingga memiliki identitas dan *positioning* yang tepat sebagai kawasan agrowisata di kota Jakarta?

C. Tujuan Perancangan

1. Tujuan dilakukannya perancangan *visual branding* adalah sebagai upaya pemecahan masalah untuk mengembangkan dan memberdayakan potensi agrowisata yang ada sehingga dapat meningkatkan eksistensi dan menyelamatkan aset berharga Condet.
2. Sebagai upaya untuk membangun identitas dan citra Condet menjadi lebih baik dengan mengoptimalkan unsur dan potensi yang ada melalui media komunikasi visual yang menarik, efektif dan komunikatif.

D. Batasan Masalah

Membuat perancangan *visual branding* Condet dengan lebih meningkatkan potensi yang berupa sektor agrowisata.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Perancang

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan perancang tentang bagaimana membuat perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condet dan juga dapat menambah pengalaman pribadi dalam berbagi ilmu dan pengetahuan bagi yang membutuhkan.

2. Bagi Pemerintah Jakarta

Diharapkan perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condet ini dapat dijadikan referensi dan media baru sebagai solusi untuk memperkenalkan aset berharga daerah Condet sehingga dapat meningkatkan PAD.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat dapat lebih mengenal dan menghargai potensi daerah Condet dan juga dapat mumbuhkan motivasi untuk ikut melestarikan dan memajukan Condet sebagai kawasan agrowisata di kota Jakarta.

F. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

1) Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan atau pihak yang terkait dengan perancangan ini dengan tujuan untuk mendapatkan data secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data otentik serta mengetahui keadaan objek yang disurvei secara

rinci. Objek yang akan dikunjungi untuk mengumpulkan data tersebut adalah daerah Condet dan beberapa dinas dan pihak terkait di dalamnya.

2) Wawancara

Pengumpulan data dengan cara mewawancarai narasumber dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait dengan topik perancangan. Wawancara tersebut diajukan langsung kepada:

- a) Kelurahan Condet Balekambang
- b) Komunitas Ciliwung Condet
- c) Tokoh masyarakat Condet
- d) Narasumber lainnya

Kemudian keseluruhan hasil dari wawancara akan ditulis untuk selanjutnya dianalisis sehingga didapatkan informasi dan data yang akurat.

b. Data Sekunder

- 1) Penelitian Pustaka, sebagai referensi dari sumber-sumber yang memuat informasi mengenai topik perancangan dan landasan teori yang digunakan. Sumber-sumber dapat berupa buku, artikel, media massa dan literatur lain yang berkaitan dengan topik perancangan.
- 2) Studi Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data secara langsung berupa foto hasil survey lapangan untuk mendapatkan fakta yang akurat sehingga dapat dijadikan acuan ilustrasi dalam mendesain.

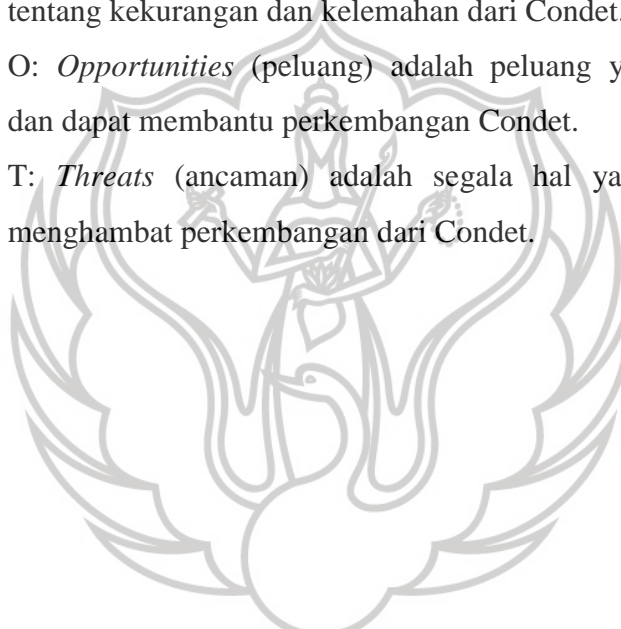
2. Metode Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Metode ini menjabarkan semua informasi dan data yang diperoleh melalui proses pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi, dan identifikasi data.

3. Metode Analisis SWOT

Perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condet termasuk ke dalam kategori promosi komersial, maka metode analisis yang akan dipakai adalah metode analisis SWOT.

- a. S: *Strengths* (kekuatan) adalah mengenai kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh produk atau jasa yang akan diangkat sebagai objek permasalahan, dalam hal ini yaitu kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh Condet.
- b. W: *Weakness* (kelemahan) adalah segala hal yang menyangkut tentang kekurangan dan kelemahan dari Condet.
- c. O: *Opportunities* (peluang) adalah peluang yang memungkinkan dan dapat membantu perkembangan Condet.
- d. T: *Threats* (ancaman) adalah segala hal yang sekiranya dapat menghambat perkembangan dari Condet.



G. Skematika Perancangan

